

СОЦІАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ ПРАЦІВНИКА І СИСТЕМА КОРПОРАТИВНИХ ЦІННОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Семикіна М.В., д.е.н., проф.
Кіровоградський національний технічний університет

Вивчення досвіду діяльності успішних компаній в країнах розвиненої ринкової економіки переконує в тому, що пошук шляхів забезпечення економічного зростання та адекватного людського розвитку в Україні слід вести, зокрема, на засадах поєднання соціальних пріоритетів людини у сфері праці і системи корпоративних цінностей підприємств.

Корпоративна культура на підприємствах спроможна стати тим об'єднуючим стрижнем у взаємодії соціальних партнерів, який, сприяючи задоволенню пріоритетних соціальних потреб, обумовить поступовий перехід від матеріальної до нематеріальної мотивації персоналу, отже, дозволить найефективніше використовувати людський капітал в інтересах інноваційного розвитку підприємств і суспільства загалом. Проте аналіз показує, що практика вітчизняного менеджменту все ще далека від усвідомлення можливостей, які здатна дати корпоративна культура. Гострота соціальних проблем більшості працюючих, обмеженість стимулів до ефективної праці призвели до явищ професійної маргіналізації, що свідчить про рух суспільства у напрямі, протилежному вектору інноваційного розвитку, використанню творчого потенціалу людини.

Серед сучасних дослідників різноманітних аспектів корпоративної культури в Україні слід назвати таких відомих вчених як Бандур С.І., Лібанова Е.М., Заяць Т.А., Грішнова О.А., Колот А.М., Макарова О.В., Петрова І.Л., Петюх В.М., Онікієнко В.В., серед зарубіжних авторів – С. Роббінса, Д. Жаффе та ін. Проте у наукових працях немає однозначної думки щодо сутності корпоративної культури, вимірів її ефективності з позицій реалізації соціальних пріоритетів персоналу. Не зважаючи на досягнення наукової думки, розвиток корпоративної культури, її вплив на стан соціально-трудової сфери України не задовольняє ані науковців, ані практиків.

До завдань, що потребують вивчення, відноситься з'ясування зв'язку між рівнем задоволення соціальних потреб працівників та розвитком системи позитивних корпоративних цінностей, його впливу на інноваційні зрушення у розвитку підприємств і суспільства загалом. Стаття ставить за мету висвітлити окремі результати саме такого дослідження.

З огляду на різноманітні наукові джерела, зауважимо, що корпоративна культура є специфічною формою існування взаємопов'язаної системи, яка містить:

- по-перше, ієрархію цінностей, що домінує серед персоналу організації;
- по-друге, – сукупність способів їх реалізації, які переважають на певному етапі розвитку підприємства.

Вважаємо, що домінуючі цінності (культурні, трудові, моральні, організаційні тощо), як і їх нестача (нерозвиненість, зруйнованість), разом з

відповідними методами їх утвердження у своїй сукупності завжди формують певну корпоративну культуру, яка дає *позитивний* або *негативний* імпульс соціальному партнерству, економічному розвитку, безпосередньо впливаючи на реалізацію соціальних пріоритетів персоналу підприємства.

Розуміння “прогресивності” (*позитиву*) корпоративної культури, звичайно, є і буде відносним в межах тієї чи іншої економічної системи, етапу економічного розвитку суспільства, стану розвитку економіки. Проте уявляється, що у таких оцінках визначальним має бути висновок про позитивні ознаки *характеру* такої культури, передусім, в контексті сприяння реалізації цілей людського розвитку в межах певного трудового колективу. З нашої точки зору, *характер* корпоративної культури простежується у тих можливостях, які підприємство надає своїм співробітникам. Вважаємо, що характер корпоративної культури може бути принципово різним за змістом і наслідками для трудового життя персоналу і результатів діяльності підприємства в залежності від ступеню адекватності існуючої (проголошеної) ієрархії цінностей та способів їх реалізації. Так, чітко визначені норми трудової поведінки і корпоративні традиції, їх реальне дотримання в організації по вертикалі і горизонталі управління дають підстави говорити про існування такої ознаки як *стабільність* корпоративної культури. З іншого боку, відсутність у керівників та підлеглих чітких ціннісних орієнтирів про можливості організації у задоволенні соціальних потреб, оптимальні, прийнятні і неприйнятні форми трудової поведінки, “коливання” в оцінках одних і тих же порушень режиму праці тощо, – стають свідченням ознаки *нестабільності* корпоративної культури, яка вряд чи стає корисною для людини і організації.

Іншими словами, *стабільна позитивна корпоративна культура*, за визначенням С. Роббінса, є тим “соціальним клеєм”, який допомагає утримувати цілісність організації за рахунок прийнятних стандартів мислення та поведінки [1, с. 248], включаючи стандарти та пріоритети, до яких наближується організація, задовольняючи соціальні потреби працівників.

Зауважимо, що поняття “соціальні потреби працівника” ми уявляємо більш вузьким порівняно з поняттям “соціальні потреби людини”, оскільки коло потреб, що розглядається, обмежується соціально-трудовою сферою. Поняття “соціальні потреби працівника” ми пропонуємо розуміти як сукупність потреб, що виникають та реалізуються в процесі трудової діяльності працівника, виступають одночасно результатом і передумовою розвитку суспільного виробництва, спонукають до ефективної праці та освітньо-професійного саморозвитку. У колі соціальних потреб кожного окремого працівника завжди існує декілька потреб, яким він надає першочергове значення, саме них правомірно відносити до соціальних пріоритетів окремого індивіда. Поняття “соціальні пріоритети працівників” передбачає, як правило, узагальнення уявлень про актуальні соціальні потреби працюючих на рівні підприємства, галузі, регіону, країни в цілому. Слід зазначити, що соціальні пріоритети працівників різних країн і навіть регіонів в одній країні повинні мати (і мають) об’єктивні відмінності у зв’язку з різним соціально-економічним станом, конкретно-історичними обставинами, політичною, економічно,

соціальною ситуацією в країнах, особливостями національних трудових традицій, менталітету. Соціальні потреби працівників залежать від рівня розвитку даного суспільства, а також від специфічних умов трудової діяльності. Головне джерело розвитку цих потреб – взаємозв'язок між виробництвом і споживанням матеріальних і духовних благ. Задоволення відносно елементарних потреб веде до породження нових, більш складних соціальних потреб. Безпосередній розмір необхідних соціальних потреб та засоби їхнього задоволення завжди уявляють собою продукт історії і в значній мірі залежатимуть від культури нації. Водночас, в залежності від віку, звичок, рівня освіченості, умов виховання різного значення для людей набувають такі соціальні потреби як набуття освіти і безперервне навчання, комфортні умови праці, психологічний клімат у колективі, забезпечення якісного та своєчасного харчування, підтримання здоров'я, організація відпочинку, лікування, зокрема за рахунок підприємства тощо.

Автори дотримується думки, що питання соціальних пріоритетів для кожної конкретної особистості, групи людей вирішується по-різному, адже кожна людина має певні особливості в потребах і прагненнях, певні нахили у праці, які визначаються рівнем освіти, вихованням, оточенням, сімейним станом, певним станом добробуту, рівнем задоволення індивідуальних, сімейних потреб, спрямованістю орієнтирів у соціально-трудої сфері. Так, для одного працівника на конкретному етапі трудового життя є важливим заробити на їжу, одяг, житло, для іншого – найважливішим є соціальне визнання, досягнення певного статусу у суспільстві, певної посади, для третього – уявляється передусім важливим завдяки праці накопичити цінні речі, гроші, придбати нерухомість, для когось першорядне значення набуває цікава робота, творчість, можливість реалізувати свої здібності, знання. До речі, останнє як пріоритет набуває особливо важливого значення для підприємств і країн, які намагаються реалізувати інноваційну стратегію розвитку. Тому не тільки на потребах одержання прибутку, а й на потребах персоналу у творчості та самореалізації у праці має будуватися корпоративна культура підприємства, яке прагне до інноваційних зрушень.

Останнє положення ілюструє запропонована нами схема співвідношення "піраміди" соціальних потреб працівників організації та "піраміди" корпоративних цінностей (див. рис.1). Розвиваючи ідеї А. Маслоу, до найнижчого, I-го рівня пріоритетних соціальних потреб працівника у сфері праці ми віднесли отримання гідної оплати праці (не нижче прожиткового мінімуму), достатньої для забезпечення актуальних потреб у харчуванні, необхідному одязі, наймі житла, створення умов мінімальної соціальної безпеки. До II-го рівня – потребу у благах соціально-економічного змісту (сприятливих соціально-трудоих відносинах на підприємстві, наявності стимулів до ефективної праці, сприятливих умов для праці, спілкування, відпочинку, соціальної захищеності для працівника та його сім'ї, соціального розвитку трудового колективу загалом). До III-го рівня – потребу у соціальних благах, що визначають змістовність праці адекватно освіті, здібностям працівника, можливості освітньо-професійного зростання, службової кар'єри

(реалізація потреби у владі певного рівня), отримання певного соціального статусу та соціального визнання у колективі. До соціальних потреб IV-го рівня нами віднесено потреби у прояву творчості у праці, самореалізації, які корелюють з потребами розробки і впровадження різноманітних інновацій у трудовій діяльності. Отже, наша класифікація відбиває закономірність: лише забезпечення пріоритетних соціальних потреб нижчого порядку обумовлює, як правило, появу та реалізацію соціальних пріоритетів вищого порядку.



Рис. 1. Співвідношення соціальних пріоритетів працівників і системи корпоративних цінностей підприємства на шляху інноваційному розвитку

З огляду на стратегічне завдання – інноваційний розвиток – соціальні пріоритети працівників і корпоративні цінності мають підпорядковуватися спільній меті, пов'язаній із розробкою і впровадженням інновацій. Зі схеми на рисунку 1 видно, що реалізація завдань активізації інноваційної діяльності підприємств (потреби персоналу IV-го рівня) не може не залежати від послідовної реалізації пріоритетних соціальних потреб персоналу I – III рівнів.

Це теоретичне положення ми цілком підтвердили на практиці в ході проведення соціального моніторингу на промислових підприємствах м. Кіровограда. Результати моніторингу засвідчили, що для 2/3 опитаних працівників першочергового значення мають не інтерес до роботи за фахом, змісту праці та інновацій, а насамперед соціальні потреби I-го рівня. При цьому рівень їх задоволення як "дуже низький" визнали 46% опитаних респондентів, як "низький" – 19%, решта – як "задовільний". Стосовно пріоритетних потреб II-го рівня 84% опитаних визнала їх реалізацію "дуже обмеженою". Потреби III-IV рівня опинилися "дещо значимими, але не вирішальними" лише для управлінського персоналу промислових підприємств і працівників, зайнятих інтелектуальною працею у навчальних закладах. Лише 4% працівників регіону мають відношення до розробки і впровадження інновацій, винахідницька діяльність на підприємствах практично згорнута. У

свою чергу, дослідження довело, що існуюча система корпоративних цінностей на більшості підприємств не несе вагомego позитивного імпульсу для реалізації соціальних пріоритетів персоналу.

Зрозуміло, що соціальні перешкоди інноваційному розвитку недостатньо скасувати лише на мікроекономічному рівні, хоча, звичайно, безпосередня мотивація працівника до інновацій формується під впливом корпоративної культури саме тут. Свої корективи у пріоритетність потреб неодмінно вносять зміни соціально-політичного устрою держави, певна динаміка стану соціально-економічної ситуації в країні, рівень правової, соціальної захищеності, добробуту, морально-психологічний клімат тощо. В цьому контексті важливо розпочати перехід від політики мінімумів, які "консервують" бідність до політики середніх соціальних стандартів, коли критерієм оцінки добробуту працівника буде виступати середня заробітна плата та середня купівельна спроможність [4, с.7].

Підсумовуючи викладене, зазначимо наступне:

- підприємство (і суспільство загалом), яке прагне до інноваційного розвитку, має будувати *систему корпоративних цінностей підприємств* урахуванням структури та рівня задоволення *соціальних пріоритетів працівників*; на реалізацію завдань активізації інноваційної діяльності підприємств переважно впливають соціальні потреби персоналу IV рівня – потреби творчості у праці, розробці інновацій, творчої самореалізації, їх формування, як правило, можливо в разі задоволення потреб I-III рівнів запропонованої ієрархії;

- серед чинників, які істотно перешкоджають інноваційному розвитку підприємств в Україні, вагоме місце належить *нерозвиненій корпоративній культурі*, вкрай *низькому рівню реалізації соціальних пріоритетів працівників*, що супроводжується руйнуванням мотивації персоналу до професійного самовдосконалення, розробки та впровадження інновацій та явищами "професійної маргінальності";

- злам негативних тенденцій лежить, передусім, у площині реформування доходів, змін в оплаті праці у бік збільшення їх розміру та купівельної спроможності на рівні європейських соціальних стандартів, вдосконалення практики укладання колективних договорів та утвердження позитивних корпоративних цінностей.

Список літератури

1. Robbins, Stephen P. Essentials of organizational behaviour. Prentice-Hall, Inc. New Jersey, 1994.
2. Jaffee D. Organization Theory: tension and change. McGraw-Hill International Editions. New York, 2001.
3. Соціальні пріоритети ринку праці: методологія, практика, шляхи забезпечення / С.І. Бандур, Т.А. Заяць, В.В. Онікієнко та ін.– К.: РВПС України НАН України, 2001. – 261 с.
4. Лібанова Е.М. Подолання бідності: погляд науковця // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 7. – С. 26 – 32.